

Presseinformation

Deutscher Medienkongress 2018:
Wann kommt künstliche Intelligenz beim „normalen“ Verbraucher an?

- **Vorstellung der Studie „Living with new technologies“**
- **Künstliche Intelligenz im Mittelpunkt zahlreicher Programmpunkte**

(Frankfurt am Main, 06. Dezember 2017) Smarthome, Face ID, Virtual Reality – innovative Technologieverfahren etablieren sich nur langsam in unserem Alltag, denn viele Menschen schrecken vor Begriffen wie „künstliche Intelligenz“ oder „Big Data“ noch zurück. Auf dem Deutschen Medienkongress 2018 präsentieren Jan Pechmann, Managing Director der Strategieagentur diffferent GmbH, Frank Vogel, Sprecher der Geschäftsleitung G+J e|MS, und Sven Wollner, Managing Partner GroupM Germany, als Vertreter der beteiligten Unternehmen die Ergebnisse der Studie „Living with new technologies.“ Schwerpunkte der Untersuchung sind künstliche Intelligenz und die Frage, warum technologische Innovationen nur zögerlich vom Verbraucher adaptiert werden. Zudem referiert Chris Boos, Gründer und CEO von Arago, zusammen mit Dr. Ulrike Handel, CEO Dentsu Aegis Network Deutschland, über „Künstliche Intelligenz im Marketing und die Entmystifizierung der Mensch-Maschine“.

Branchenexperten klären auf

Viele Unternehmen erreichen die Konsumenten nicht, weil ihre technologischen Neuerungen von einem Innovationsgeist getrieben sind, der auf der Faszination des Machbaren basiert und nicht auf dem Kundenverständnis. Die Studie „Living with new technologies“ zeigt vier Lösungen auf, mit denen Unternehmen es schaffen, einen echten Nutzen für Verbraucher zu entwickeln und ihre Technologie somit für die breite Masse zugänglicher zu machen. Pechmann, Vogel und Wollner präsentieren auf dem Deutschen Medienkongress 2018 im Januar stellvertretend für drei der beteiligten Unternehmen Forschungsdesign und Ergebnisse im Rahmen einer Diskussionsrunde. Boos, der in Deutschland mit dem von Arago entwickelten Maschinengehirn HIRO als Vorreiter für KI-Technologieverfahren gilt, und Handel erklären zudem in einem Vortrag, welche Chancen und Risiken das vieldiskutierte Spannungsfeld künstlicher Intelligenz hat.

Auftakt für die Kommunikationsbranche

Der Deutsche Medienkongress gilt seit Jahren als eines der wichtigsten Treffen für Entscheider aus Marketing und Medien. Das Topevent, das am 16. und 17. Januar 2018 in der Alten Oper in Frankfurt am Main stattfindet, bietet ein nationales und internationales Programm mit Vorträgen, Workshops und Round Tables mit Brancheninsidern. Für das Jahresevent der Kommunikationsbranche sind aktuell noch Tickets zum Frühbucherpreis erhältlich.

Für Interviews, Gespräche oder Statements stehen die Branchenexperten im Vorfeld der Veranstal-



tung jederzeit gerne zur Verfügung. Weitere Informationen zum Veranstaltungsprogramm, zur Networking-Area und zu den Teilnahmemodalitäten können im Internet unter folgendem Link abgerufen werden:

https://horizont.dfvcg-events.de/deutscher-medienkongress/?utm_source=Agentur Stern&utm_medium=Pressemitteilung&utm_campaign=DMK 2018

Pressekontakt
Deutscher Pressestern®
Bierstadter Str. 9 a
65189 Wiesbaden
www.deutscher-pressestern.de

Nicola Rossi
E-Mail: n.rossi@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-13

Caroline Wittemann
E-Mail: c.wittemann@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-21

HORIZONT
Zeitung für Marketing, Werbung und Medien
Chefredakteur
Dr. Uwe Vorkötter
E-Mail: vorkoetter@horizont.net
Tel.: +49 69 7595-1606

dfv Conference Group GmbH
Senior Projektleiterin
Diana Goldbeck
E-Mail: diana.goldbeck@dfvcg.de
Tel.: +49 69 7595-3031